

TECNICO MARKETING DEI BENI CULTURALI L1-1152

Descrizione profilo:

1 La proposta intende formare una figura professionale in settori particolarmente in crescita in provincia di Avellino, ovvero quelli del turismo, dell'accoglienza e dello spettacolo. L'offerta prevede la formazione del "Tecnico di marketing dei beni culturali" e prevede, tra gli obiettivi, lo sviluppo delle competenze organizzative e professionali necessarie per operare, con professionalità, e rendere competitive le imprese culturali pubbliche e private creando nuove opportunità per i giovani e per lo sviluppo del territorio.

Il "Tecnico di marketing dei beni culturali" promuove e diffonde la conoscenza del patrimonio culturale ad un pubblico diversificato e individuato in coerenza con le strategie degli enti/organizzazioni con cui opera. Collabora alla definizione di strategie, attività e strumenti di marketing culturale curando in particolare l'individuazione dei bisogni e delle aspettative dei fruitori. Realizza attività di promozione del prodotto culturale attraverso azioni di comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità" ([Repertorio qualificazioni professionali Regione Campania](#)).

Durata:

Il percorso formativo è composto da **200 ore**, di cui: **80 ore di teoria** (10% riservato allo sviluppo degli 8 ambiti di key competencies), **112 ore di esercitazione pratica e stage** in strutture ricettive e **8 ore di visite guidate**. Le lezioni si svolgeranno dal **lunedì al venerdì** dalle ore **9.00** alle ore **13.00** e dalle ore **8.00** alle ore **14.00**.

(Nel caso si rilevassero particolari necessità, i corsi potrebbero svolgersi di pomeriggio).

Programma formativo:

Le aree di attività previste saranno sviluppate in relazione ai risultati attesi in termini di apprendimento e capacità lavorativa per unità di competenza, ed a ogni Unità di Competenza è associato il rinforzo delle [8 competenze chiave](#) previste a livello europeo.

Moduli formativi:

COMPETENZA N. 1 – "Definire il piano di marketing del bene e/o del servizio culturale" (**40 ore totali** di cui 8 di aula e 22 di esercitazione pratica e 10 ore di "Orientamento, Pari Opportunità e Sostenibilità");

Risultato atteso: Strategie di comunicazione, promozione e marketing, efficaci e targettizzate (Key competence n°1-2-7-8); Redarre un curriculum; affrontare un colloquio di lavoro; agire fattivamente per la promozione delle Pari Opportunità; favorire la sostenibilità.

Contenuti delle lezioni:

- 1.1 Orientamento, Pari Opportunità e Sostenibilità ambientale
- 1.2 Elementi di economia della cultura
- 1.3 Orientamento, Pari Opportunità e Sostenibilità
- 1.4 Normativa dei beni e delle attività culturali
- 1.5 Elementi di project management

COMPETENZA N. 2 – "Effettuare l'analisi dei fabbisogni degli utenti dei servizi culturali" (**50 ore totali** di cui 32 di aula e 18 di esercitazione pratica/apprendimento in situazione),

DESCRIZIONE DELLA FIGURA PROFESSIONALE E PROGRAMMA FORMATIVO A CURA DI AS.FOR.IN.

Risultato atteso: Mercato obiettivo analizzato e valutato” (Key competencies n° 6-7-8);

Contenuti delle lezioni:

- 2.1 Elementi di customer *relationship management*
- 2.2 Elementi di statistica e di marketing culturale
- 2.3 Elementi di sociologia e antropologia

2

COMPETENZA N. 3 – “Predisporre materiali informativi per la promozione di beni e servizi culturali” (60 ore totali di cui 40 ore di aula e 20 ore di esercitazione pratica/attività di stage); Risultato atteso: Informazione e comunicazione sull’offerta dei beni (Key competencies n° 4-8);

Contenuti delle lezioni:

- 3.1 Comunicazione multimediale
- 3.2 Elementi di grafica pubblicitaria
- 3.3 Tecniche di comunicazione e promozione culturale
- 3.4 Tecniche di redazione dei cataloghi d’arte

COMPETENZA N. 4 – “Realizzare attività ed eventi per la promozione di beni e servizi culturali” (50 ore totali di cui 30 ore di aula e 20 di esercitazione pratica/attività di stage);

Risultato atteso: “Piano di comunicazione e promozione di beni e servizi culturali efficaci rispetto al target di utenza individuato, giusto mix di canali e contenuti promozionali e comunicativi” (Rinforzo delle 8 key Competencies);

Contenuti delle lezioni:

- 4.1 Caratteristiche e servizi tecnici a supporto di eventi
- 4.2 Normativa in materia di organizzazione di eventi
- 4.3 Processi organizzativi di eventi
- 4.4 Tecniche di organizzazione di eventi culturali.